

DECISIÓN 33/2018 POR LA QUE SE ADVIERTE EN RELACIÓN CON LA INSERCIÓN DE PATROCINIOS EN LA DESCONEXIÓN PROVINCIAL DE SEVILLA DEL INFORMATIVO DEL PRESTADOR PÚBLICO ANDALUZ CANAL SUR TV.

REF. EXAC-2018-019

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de su sistema de seguimiento de medios, ha detectado en el prestador público autonómico andaluz Canal Sur TV (RTVA) la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa en la desconexión provincial de Sevilla de sus informativos diarios.

Con fecha 21 de marzo de 2018, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó la Decisión 17/2018, en la que advirtió al mismo prestador de que la inclusión de patrocinios en programas debía atenerse a lo dispuesto por el artículo 16 de la LGCA, además de observar los criterios interpretativos para establecer reglas de aplicación uniforme sobre el patrocinio en televisión, aprobados por este organismo el 18 de julio de 2012.

2. Los patrocinios se insertan durante la desconexión de Sevilla de los informativos CSN1 y CSN2, y se han detectado dos formatos con distintos anunciantes. En uno de los casos, el patrocinio precede a la cabecera propia de la emisión provincial y comienza con un cartón a pantalla completa con el nombre Fimart y el mensaje *Les ofrece este espacio*, tras lo que se insertan imágenes en movimiento del propio evento acompañadas del siguiente *off*:


Fimart, la feria de innovación smart rural de Córdoba. Del 16 al 18 de octubre en el Palacio de la Merced de Córdoba.

A continuación, se adjunta otro cartón con los logotipos de los patrocinadores de la feria rural, dando paso a la cabecera de Canal Sur Noticias Sevilla.

El segundo formato de patrocinio detectado se produce a continuación de la información sobre el tiempo, cuando se inserta un cartón a pantalla completa con imágenes animadas del Salón del Motor de Ocasión acompañado de este mensaje:

Llega el octavo Salón del Motor de Ocasión de Sevilla. Del 31 de octubre al 4 de noviembre en Fibes, el motor de tu vida.

Tras el mencionado *off*, la pieza finaliza adjuntando los logotipos de los patrocinadores del acontecimiento y la emisión continúa sin transición con una noticia del informativo provincial.

Código:	ZZW2D814XEDULP9LEzQd0J02s6/izv	Fecha	30/11/2018	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/3	

La siguiente tabla incluye los patrocinios descritos:

Hora inicio	Hora fin	Duración	Título no codificado
24/10/2018 19:59:52	24/10/2018 20:00:03	00:00:11	8º SALÓN DEL MOTOR DE OCASIÓN
24/10/2018 15:32:18	24/10/2018 15:32:28	00:00:10	8º SALÓN DEL MOTOR DE OCASIÓN
16/10/2018 19:59:30	16/10/2018 19:59:41	00:00:11	8º SALÓN DEL MOTOR DE OCASIÓN
16/10/2018 15:33:40	16/10/2018 15:33:51	00:00:11	FIMART
15/10/2018 15:34:02	15/10/2018 15:34:12	00:00:10	FIMART
11/10/2018 15:33:24	11/10/2018 15:33:35	00:00:11	FIMART


En ninguna de las emisiones detectadas se explicita el espacio concreto que se está patrocinando, ya que las referencias al patrocinador no se emiten al inicio y al final y, por tanto, no delimitan el objeto de la promoción.

3. El artículo 16 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que regula el patrocinio, establece en su apartado primero que *los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los programas de contenido informativo de actualidad.*

El patrocinio no puede incitar directamente la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a estos. Además, el público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan o al final del programa mediante el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador.

El patrocinio descrito se excede de los requisitos establecidos por el artículo 16 de la LGCA, por cuanto no se limita a informar mediante el nombre, el logotipo o cualquier otro símbolo del patrocinador, sino que también promociona el evento al que está referido el patrocinio. Además, no presenta inserciones que marquen el comienzo y el final del programa patrocinado e incluye imágenes en movimiento. Por tanto, constituye un supuesto de patrocinio que no se ajusta a los criterios aprobados por este Consejo para que pueda excluirse del cómputo del tiempo máximo de 12 minutos por hora de reloj que la LGCA permite, como máximo, para la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales.

Código:	ZZW2D814XEDULP9LEzQd0J02s6/izv	Fecha	30/11/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/3





Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 27 de noviembre de 2018, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 18 y 25 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 28 de noviembre de 2018, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir a la RTVA (Canal Sur TV) de que la inclusión de patrocinios en sus programas debe atenerse a lo dispuesto por el artículo 16 de la LGCA y observar los criterios interpretativos para establecer reglas de aplicación uniforme sobre el patrocinio en televisión, aprobados por el Consejo Audiovisual de Andalucía el 18 de julio de 2012.

SEGUNDA.- Notificar esta decisión a la RTVA (Canal Sur TV).

En Sevilla, a 28 de noviembre de 2018.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.

Código:	ZZW2D814XEDULP9LEzQd0J02s6/izv	Fecha	30/11/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/3

